

**PENGARUH HARGA, PROMOSI, LOKASI, KELENGKAPAN
PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN**
(Studi Empiris Pada Konsumen Indomaret di Kabupaten Karanganyar)



SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Syarat Guna Mencapai Gelar
Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Oleh:

WAHYU NUR PRABOWO
B 100110052

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2015**

HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertanda tangan dibawah ini telah membaca skripsi dengan judul:

**PENGARUH HARGA, PROMOSI, LOKASI, KELENGKAPAN
PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN**
(Studi Empiris Pada Konsumen Indomaret di Kabupaten Karanganyar)

Yang disusun oleh:

WAHYU NUR PRABOWO
B 100110052

Penandatanganan berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta Juli 2015

Pembimbing



(Drs. Wiyadi, MM., Ph.D.)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Surakarta




(Dr. Triyono, SE, M.Si)



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. A. Yani Tromol Pos I Pabelan Kartasura Telp. (0271)

717417 Surakarta – 57102

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : WAHYU NUR PRABOWO

NIRM : 11.6.106.02016.500052

Jurusan : MANAJEMEN

Judul Skripsi : PENGARUH HARGA, PROMOSI, LOKASI, KELENGKAPAN
PRODUK, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN (Studi Empiris Pada Konsumen
Indomaret di Kabupaten Karanganyar)

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta Juli 2015

Yang membuat pernyataan,

Wahyu Nur Prabowo

MOTTO

Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, maka apabila kamu telah selesai (dari suatu urusan) kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan yang lain). Dan hanya kepada Tuhanmu lah hendak kamu berharap.

(QS. Al-Insyiroh : 6-7)

"Harga kebaikan manusia adalah diukur menurut apa yang telah dilaksanakan/diperbuatnya"

(Ali Bin Abi Thalib)

"Apabila Anda berbuat kebaikan kepada orang lain, maka Anda telah berbuat baik terhadap diri sendiri."

(Benyamin Franklin)

"Banyak kegagalan dalam hidup ini dikarenakan orang-orang tidak menyadari betapa dekatnya mereka dengan keberhasilan saat mereka menyerah."

(Thomas Alva Edison)

"Kemenangan yang seindah-indahnya dan sesukar-sukarnya yang boleh direbut oleh manusia ialah menundukan diri sendiri."

(Ibu Kartini)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya sederhana ini dipersembahkan untuk

1. Allah SWT, Yang Maha Penyayang dan Maha Menguasai. Tanpa niat yang lurus, tulisan ini tidak akan bermakna dihadapan-Nya.
2. Rasulullah SAW, semoga sholawat serta salam senantiasa tercurah kepadanya dan kita termasuk golongan yang istiqomah berada di jalannya.
3. Untuk keluarga saya, Ayah, Bunda, dan Adik saya yang senantiasa memberi semangat.
4. Bu Wuryaningsih yang telah menjadi pembimbing akademik selama menempuh kuliah di FEB Universitas Muhammadiyah Surakarta.
5. Pak Wiyadi yang telah sudi menjadi pembimbing skripsi saya, dan membantu menyempurnakan karya sederhana ini.
6. Untuk seseorang yang disana, yang aku sayang (insyallah menjadi pasangan hidupku).
7. Teman-teman FEB angkatan 2011, Luqman, Ayub, Dodik, Huda, Hidayat, Basudewa, Arief, dan semuanya.
8. Semua pihak yang sudah membantu terselesainya karya sederhana ini baik langsung maupun tidak langsung.

ABTRAKSI

Tak bisa dipungkiri saat sekarang ini semakin banyak minimarket atau pusat perbelanjaan ritel khususnya untuk berbelanja kebutuhan sehari-hari, saat ini ketika kita berbicara tempat berbelanja banyak konsumen tidak hanya melihat *size* (ukuran) besar maupun kecilnya tempat itu namun fasilitas, kenyamanan tempat parkir, nyaman tempat menunggu, kelancaran arus lalu lintas, kemudahan akses mencapainya dan yang pasti harganya sesuai dengan kondisi ekonomi kita. Munculnya banyak minimarket sekarang ini, membuat konsumen memperoleh banyak pilihan sebelum memutuskan untuk membeli suatu barang.

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis pengaruh harga, promosi, lokasi, kelengkapan produk, kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen yang dipersepsikan oleh konsumen Indomaret di Kabupaten Karanganyar. Penelitian ini merupakan penelitian yang berjenis deskriptif, yaitu penelitian yang menggambarkan obyek-obyek yang berhubungan untuk pengambilan keputusan yang bersifat umum. Populasi dalam penelitian ini adalah semua orang yang telah membeli barang pada Indomaret di Kabupaten Karanganyar dan sampel dalam penelitian ini adalah 100 orang yang telah berbelanja pada Indomaret di Kabupaten Karanganyar dengan teknik pengambilan *sampling* yaitu *purposive sampling*. Pengumpulan datanya dilakukan dengan menggunakan kuesioner.

Hasil analisis regresi berganda yaitu, $Y = 8,439 + 0,176X_1 + 0,101X_2 + 0,062X_3 + 0,148X_4 + 0,051X_5$. Variabel independen yang paling berpengaruh terhadap variabel dependen adalah harga (0,176), promosi (0,101), lokasi (0,062), kelengkapan produk (0,148) serta kualitas pelayanan (0,051). Hasil uji t membuktikan bahwa semua variabel independen (harga, promosi, lokasi, kelengkapan produk, kualitas pelayanan) berpengaruh positif terhadap variabel dependennya yaitu kepuasan konsumen Indomaret di Kabupaten Karanganyar. Dan koefisien determinasi (*adjusted R²*) yang diperoleh sebesar 40,9% sehingga dapat diinterpretasikan bahwa variabel harga, promosi, lokasi, kelengkapan produk dan kualitas pelayanan mampu menjelaskan terhadap variasi perubahan variabel kepuasan konsumen sebesar 40,9%, sedangkan sisanya sebesar 59,1% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

Kata kunci : harga, promosi, lokasi, kelengkapan produk, kualitas pelayanan, kepuasan konsumen

ABSTRACT

It is inevitable that recently there has been a growing number of minimarkets or shopping centers being introduced; offering daily needs. Nowadays, talking about shopping center does not merely deal only with its size, but also with its facility, parking space availability, waiting room's state of comfort, traffic condition, access and, the important one, its price range. Recent growing number of introduction of shopping centers enables customers to have options in buying products.

This research aims to analyze the influence of price, promotion, location, product assortment, service quality, on customer's satisfaction perceived by customer of Indomaret in Karanganyar. By approaching as descriptive research, this research attempts to describe correlated objects used as consideration to make general decisions. The population of this study is anyone who have purchased products in any Indomaret in Karanganyar, with 100 respondents being taken as the sample of this study. Whilst the sampling method used is purposive sampling, the data collecting relies on questionnaires.

The multiple regression results as follow, $Y = 8,439 + 0,176X_1 + 0,101X_2 + 0,062X_3 + 0,148X_4 + 0,051X_5$. Independent variables with most influence on customer satisfaction are as follows: price (0,176), promotion (0,101), location (0,06), product assortment (0,148), and service quality (0,051). T test proves that all independent variables (price, promotion, location, product assortment, service quality) positively influence customers' loyalty of Indomaret in Karanganyar. With the determination number reaching 40.9 %, it can be argued that price, promotion, location, product assortment, service quality make up 40,9 % customers' loyalty, while the rest, 59,1 %, is influenced by other variables not involved in this study.

Keywords: price, promotion, location, products assortment, service quality, customer satisfaction, customers loyalty

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan rasa puji syukur Alhamdulillah kami panjatkan kehadiran Allah SWT karena berkat rahmat dan hidayah-Nya, akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Harga, Promosi, Lokasi, Kelengkapan Produk, Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Indomaret di Kabupaten Karanganyar”**.

Skripsi ini disusun dengan maksud untuk memenuhi salah satu syarat dalam rangka menyelesaikan program pendidikan strata 1 pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih yang tulus dan penghargaan yang setinggi tingginya kepada pihak yang telah membantu baik secara langsung ataupun tidak langsung hingga selesainya skripsi ini. Maka pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Bambang Setiaji, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Dr. Triyono, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Dr. Anton Agus Setyawan, SE, M.Si, selaku Kepala Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
4. Wuryaningsih DL, SE, MM, selaku pembimbing akademik yang telah membimbing penulis selama mengikuti proses perkuliahan.

5. Drs. Wiyadi, MM, Ph.D, dosen pembimbing yang telah membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi dan memotivasi untuk melanjutkan *study* kejenjang selanjutnya.

Semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu yang dengan keikhlasanya membantu memperlancar penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga amal dan bantuan yang telah diberikan kepada penulis mendapat balasan yang lebih baik dari Allah SWT.

Penulis meyakini bahwa skripsi ini masih ada kekurangan dikarenakan keterbatasan kemampuan yang ada. Oleh karena itu kritik dan saran yang membangun dari pembaca sangat diharapkan pada masa mendatang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat khususnya kepada penulis dan umumnya kepada pembaca. Dan akhirnya kepada Allah SWT penulis meminta perlindungan dan ampunan.

Surakarta, Juli 2015

Penulis



Wahyu Nur Prabowo

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAKSI	vi
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Perumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	5
E. Sistematika Penulisan	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
A. Landasan Teori	7
1. Kepuasan Konsumen	7
a. Cara Mengukur Kepuasan Konsumen	11
b. Cara Meningkatkan Kepuasan Konsumen	13

2. Harga	15
3. Promosi	18
4. Lokasi	20
5. Kelengkapan Produk	22
6. Kualitas Pelayanan	23
B. Penelitian Terdahulu	26
C. Hipotesis	30
D. Kerangka Pemikiran	31
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	33
A. Jenis Penelitian	33
B. Populasi, Sampel, dan Sampling	33
1. Populasi	33
2. Sampel	33
3. Sampling	34
C. Metode Pengumpulan Data	35
D. Jenis Data dan Sumber Data	35
E. Definisi Operasional Variabel	36
F. Pengujian Instrumen Penelitian	38
1. Uji Validitas	38
2. Uji Reabilitas	38
G. Teknik Analisis Data	39
1. Uji Asumsi Klasik	39
a. Uji Multikolinearitas	39

b. Uji Heterokedstisitas	39
c. Uji Normalitas	40
2. Analisis Regresi Linear Berganda	40
3. Koefisien Determinasi (R^2)	41
4. Uji Ketepatan atau Kelayakan Model (Uji F)	42
5. Uji Hipotesis atau Uji t	42
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	44
A. Gambaran Umum Indomaret	44
1. Visi dan Budaya Perusahaan	47
B. Deskripsi Data	48
C. Analisis Data	50
1. Hasil Uji Validitas	50
2. Hasil Uji Reabilitas	55
D. Uji Asumsi Klasik	55
1. Hasil Uji Normalitas	56
2. Hasil Uji Multikolinearitas	56
3. Hasil Uji Heterokedstisitas	57
E. Uji Hipotesisi	58
1. Hasil Analisis Regersi Linear Berganda	58
2. Hasil Uji R^2	60
3. Hasil Uji t	60
4. Hasil Uji F	62
F. Pembahasan	63

BAB V	PENUTUP	67
	A. Kesimpulan	67
	B. Keterbatasan Penelitian	68
	C. Saran	68

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel IV.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	49
Tabel IV.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	49
Tabel IV.3 Hasil Uji Validitas Harga (X_1)	51
Tabel IV.4 Hasil Uji Validitas Promosi (X_2)	51
Tabel IV.5 Hasil Uji Validitas Lokasi (X_3)	52
Tabel IV.6 Hasil Uji Validitas Kelengkapan (X_4)	53
Tabel IV.7 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X_5)	53
Tabel IV.8 Hasil Uji Validitas Kepuasan Konsumen (Y)	54
Tabel IV.9 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian	55
Tabel IV.10 Hasil Uji Normalitas	56
Tabel IV.11 Hasil Uji Multikolinieritas	56
Tabel IV.12 Hasil Uji Heteroskedastisitas	57
Tabel IV.13 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	58
Tabel IV.14 Hasil Uji t	61
Tabel IV.15 Hasil Uji F	62

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	31